



Application of Debt Collector Persuasive Communication Techniques in Collection of Problem Credit Payments at PT. Woori Finance Indonesia Palu City Branch

Penerapan Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif Debt Collector dalam Penagihan Pembayaran Kredit Bermasalah di PT. Woori Finance Indonesia Cabang Kota Palu

Ria Ramadani

Universitas Tadulako, Palu, Indonesia

Keywords

*Persuasive communication;
Debt collector;
Customer*

ABSTRACT

This research aims to determine the application of persuasive communication techniques used by debt collectors in collecting collections from problematic customers at PT. Woori Finance Indonesia Palu City Branch uses this qualitative descriptive method based on case study research using data collection and observation techniques, documentation and in- depth interviews with five informants selected using purposive sampling. Data analysis uses Interactive model analysis techniques (Miles and Huberman). The results of this research show that there are 5 uses of effective persuasion communication techniques in persuading problem customers, 1.) Motivational appeal, 2.) Humorous appeal, 3.) Reward appeal, 4.) Emotional appeal, and 5.) fear appeal conveys.

Kata Kunci

Komunikasi persuasif;
Penagih utang;
Nasabah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan teknik-teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh debt collector dalam melakukan penagihan kepada nasabah bermasalah di PT. Woori Finance Indonesia Cabang Kota Palu dengan menggunakan metode ini bersifat deskriptif kualitatif dengan dasar penelitian studi kasus dengan teknik pengumpulan data dan observasi, dokumentasi dan wawancara mendalam terhadap lima informan yang dipilih dengan menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan teknik analisis model Interaktif (Miles dan Huberman). Hasil penelitian ini menunjukkan 5 teknik komunikasi persuasi yang efektif dalam mempersuasi nasabah bermasalah, 1.) *Motivational appeal*, 2.) *Humorous appeal*, 3.) *Reward appeal*, 4.) *Emotional appeal*, dan 5.) *fear appeal*.

1. Pendahuluan

Sewa guna usaha atau yang lebih dikenal dengan leasing merupakan lembaga perusahaan keuangan dalam pembiayaan yang cukup terkenal, lembaga keuangan dalam pembiayaan barang bermunculan di tengah-tengah masyarakat. Kehadiran perusahaan pembiayaan baru tentu saja membuat persaingan dalam dunia pembiayaan menjadi semakin ketat, sehingga setiap perusahaan pembiayaan diharuskan untuk membuat terobosan baik dalam hal pelayanan maupun produk yang diterbitkan, serta juga memberikan berbagai bentuk kemudahan untuk dapat menarik minat nasabah. PT Woori Finance Indonesia Tbk ("WFI") adalah suatu perusahaan pembiayaan yang berdiri pada

*Corresponding author

Ria Ramadani. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako, Palu, Indonesia.
Email: riaramadanimm9307@gmail.com

<https://doi.org/10.22487/j.sochum.v9i1.2640>

Received 24 July 2024; Received in revised form 8 February 2025; Accepted 17 February 2025

Published 1 April 2025; Available online 2 April 2025

e-ISSN 2620-5491 © 2025 The Authors.

Managed by the Faculty of Social and Political Sciences, Tadulako University. Published by Tadulako University.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/bync-nd/4.0/>).

tahun 1994 dan mulai beroperasi pada tahun 1995 yang memperoleh izin usaha dari Menteri Keuangan RI No. 90/KMK.017/1995 tertanggal 15 Februari 1995 untuk melakukan kegiatan dalam bidang sewa guna usaha, anjak piutang, kartu kredit, dan pembiayaan konsumen. Sebagai perusahaan pembiayaan, WFI menyediakan berbagai fasilitas pembiayaan diantaranya pembiayaan multiguna untuk mobil baru maupun bekas, dan pembiayaan investasi berupa alat berat. Tidak hanya itu, WFI juga mendukung refinancing untuk modal kerja.

Saat ini semakin ketatnya persaingan mendapatkan nasabah yang semakin banyak, muncul beberapa keluhan tentang semakin sulitnya kepedulian nasabah untuk membayar kredit tepat waktu, tampaknya masih menjadi kendala yang sepenuhnya belum dapat diatasi salah satunya oleh PT. Woori Finance Indonesia Cabang Kota Palu. Seorang debt collector memerlukan strategi komunikasi persuasif dimana komunikasi yang dibangun dapat mengubah opini pada nasabah bermasalah. Komunikasi persuasif merupakan aktivitas penyampaian informasi kepada pihak lain dengan cara membujuk dan bertujuan untuk mempengaruhi sikap emosi persuade.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan teknik-teknik komunikasi persuasif yang dilakukan oleh debt collector dalam melakukan penagihan kepada nasabah bermasalah di PT. Woori Finance Indonesia Cabang Kota Palu. Studi ini menggunakan teori dari Cangara mengenai teknik komunikasi persuasif, . Fokus penelitian ini pada teknik komunikasi debt collector yang berada di PT. Woori Finance Indonesia Cabang kota Palu, bertugas mengurus penagihan, segala kepengurusan angsuran, dan menangani kredit macet PT. Woori Finance Indonesia Cabang Kota Palu.

Komunikasi Persuasif Menurut Effendy dalam bukunya Kepemimpinan dan Komunikasi yang dikutip oleh Roudhonah (2019), komunikasi persuasif terdiri dari dua kata, yakni komunikasi dan persuasif. Pengertian komunikasi merupakan proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. Sedangkan istilah persuasi (persuasion) bersumber dari perkataan Latin *persuasio* kata kerjanya adalah *persuader* yang dalam bahasa Inggris berarti *to persuade*, *to induce*, *to believe* yang bermaknakan membujuk dan merayu.

Terdapat 6 unsur-unsur utama dari komunikasi persuatif, yaitu sumber (*sources*), penerima (*receiver*), pesan (*message*), saluran (*channel*), umpan balik (*feedback*), dan efek komunikasi persuasif (Soemirat, dkk, 2017), berikut penjelasannya :

Pengirim Pesan (*Persuader*) atau Sumber (*sources*), sumber atau *persuader* adalah orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal. Dalam komunikasi persuasif kemahiran *persuader* saat berbicara sangat dipertanyakan, di mana kemahiran atau eksistensinya tersebut menurut Aristoteles disebut dengan *ethos*, Jadi seorang *persuader* harus memiliki etos yang tinggi.

Penerima Pesan (*Persuadee*) atau Penerima (*receiver*), dalam komunikasi persuasif, penerima pesan bisa terdiri dari satu orang atau lebih, baik berbentuk kelompok, partai, atau negara. *Persuadee* adalah elemen penting dalam proses komunikasi (Hendri, 2019). *Persuadee* adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan dan disalurkan oleh *persuader* baik secara verbal maupun non verbal (Soemirat, dkk, 2017).

Pesan (*message*), Pesan adalah informasi yang dioperkan antara sumber dan penerima. Terdapat dua bentuk dasar pesan, verbal dan non verbal. Pesan verbal adalah produk dari pengertian komunikasi ke dalam bahasa, baik secara lisan maupun tulisan.

Sedangkan pesan non verbal adalah ekspresi wajah, gerakan tubuh, sinyal, simbol-simbol, dan lain-lain (Roudhonah. 2019).

Saluran (*channel*), saluran adalah perantara ketika seorang persuadee mengoperkan kembali pesan dari sumber untuk tujuan akhir. Saluran merupakan sarana suatu pesan itu tersampaikan antara seorang persuader dan persuadee. Saluran digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, baik secara formal maupun nonformal, secara tatap muka ataupun bermedia (Soemirat, dkk, 2017).

Umpan Balik (*feedback*), umpan balik merupakan balasan atas perilaku yang dibuat. Umpan balik internal adalah reaksi persuader atas pesan yang disampaiakannya. Sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi persuadee atas pesan yang disampaikan oleh persuader. Umpan balik eksternal bisa bersifat langsung, dan dapat pula tidak langsung (Soemirat, dkk, 2017).

Efek Komunikasi Persuasif, efek (*effect*) adalah suatu perubahan yang terjadi pada komunikan atau persuadee sebagai bentuk akibat atas diterimanya suatu pesan melalui proses komunikasi. Perubahan yang terjadi bisa dilihat dari sikap, pendapat, pandangan, dan tingkah laku. Inilah yang menjadi tujuan dan perbedaan komunikasi persuasif dengan yang lainnya, yaitu mengharapkan adanya perubahan pada komunikan atau persuadee (Soemirat, dkk, 2017).

Menurut Cangara (2004) bahwa terdapat beberapa cara yang dapat digunakan dalam penyusunan pesan yang memakai teknik persuasif, antara lain:

Fear Appeal, metode penyusunan pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak. Sebenarnya khalayak kurang senang menerima pesan yang disertai ancaman yang menakutkan, sebab mereka tidak memiliki kebebasan untuk menentukan sikap dan mengemukakan pendapatnya. Tetapi dalam hal tertentu, khalayak harus menerima karena bisa mengancam dirinya.

Emotional Appeal, Cara penyusunan atau penyampaian pesan dengan berusaha menggugah emosional khalayak misalnya dengan mengungkapkan masalah suku, agama, kesenjangan ekonomi, diskriminasi dan sebagainya. Bentuk lain dari emotional appeal adalah propaganda. Teknik komunikasi bisnis, propaganda banyak sekali digunakan dalam bentuk iklan, agar konsumen bisa membeli barang.

Reward Appeal, cara penyusunan atau penyampaian pesan menawarkan janji-janji kepada khalayak, dalam berbagai studi yang dilakukan dalam hubungannya dengan reward appeal, ditemukan bahwa dengan menjanjikan uang Rp. 1 juta, seorang cenderung mengubah sikap dari pada menerima janji uang Rp. 50 ribu.

Motivational Appeal, teknik penyusunan pesan yang dilakukan bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu, misalnya menumbuhkan rasa nasionalisme atau gerakan memakai produksi dalam negeri.

Humoris Appeal, teknik penyusunan pesan yang dilakukan dengan humor, sehingga penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh. Pesan yang disertai humor malah diterima, enak dan menyegarkan hanya saja dalam penyampaian pesan yang disertai humor diusahakan jangan sampai terjadi humor yang lebih dominan daripada materi yang ingin disampaikan.

Debt collector adalah seorang yang menjual jasa untuk menagih hutang seorang atau lembaga yang menyewa jasa mereka, yaitu pihak ketiga yang menghubungkan antara kreditur dan debitur dalam hal penagihan kredit. Kualitas penjualan dapat dikatakan baik apabila penjualan tersebut dapat menghasilkan dana kembali dari penagihan. Penjualan yang tinggi tidak akan ada arti apa-apa apabila pada akhirnya tidak bisa dikumpulkan.

Sehingga pada saat ini banyak perusahaan mulai menaruh perhatian besar terhadap penerimaan dan penagihan. Fungsi penjualan tidak dapat berdiri sendiri dengan hanya ingin mencapai target penjualan saja (Fuady 2008).

Menurut Ismail (2010) kredit bermasalah adalah kredit yang telah disalurkan oleh bank, dan nasabah tidak dapat melakukan pembayaran atau melakukan angsuran sesuai dengan perjanjian yang telah ditanda tangani oleh bank dan nasabah. Kredit bermasalah dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal penyebab kredit bermasalah yaitu kebijakan perkreditan yang ekspansif penyimpangan dalam pelaksanaan prosedur perkreditan, itikad kurang baik dari pemilik, pengurus atau pegawai bank, lemahnya sistem informasi kredit bermasalah. Sedangkan faktor eksternal penyebab kredit macet adalah kegagalan usaha debitur, pemanfaatan iklim persaingan perbankan yang tidak sehat oleh debitur serta menurunnya kegiatan ekonomi dan tingginya suku bunga kredit (Hariyani. 2010).

2. Metode

Penelitian ini merupakan studi deskriptif yang menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap lima informan yang dipilih dengan menggunakan Purposive Sampling. menurut Sugiyono (2014:219) Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajah objek/situasi sosial yang diteliti. Teknik analisis data yang diterapkan meliputi Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan. Landasan teori yang digunakan adalah teknik komunikasi persuasif menurut Cangara yang mencakup *fear appeal*, *emotional appeal*, *reward appeal*, *motivational appeal*, dan *humorous appeal*

3. Hasil Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti berusaha memperoleh data mengenai teknik komunikasi persuasif yang dilakukan debt collector PT. Woori Finance Indonesia Cabang Kota Palu, kemudian peneliti menyampaikan langsung kepada informan. Peneliti melakukan wawancara untuk menggali informasi mengenai teknik komunikasi persuasif yang dilakukan atau digunakan debt collector PT. Woori Finance Indonesia Cabang Kota Palu yang terlibat aktif dalam melakukan persuasif kepada nasabah bermasalah.

Tindakan pertama yang dilakukan oleh para debt collector PT. WFI Cabang Kota Palu dalam dunia penagihan adalah mengingatkan nasabah tentang tanggal jatuh tempo cicilan mereka. Proses ini biasanya dilakukan melalui media telepon, dalam tahap ini, para debt collector bertindak sebagai pengingat bagi nasabah, memastikan bahwa mereka menyadari kewajiban mereka untuk membayar cicilan tepat waktu. Tugas utama debt collector pada tahap ini adalah memberikan informasi dan mengingatkan nasabah , tanpa adanya tekanan atau tindakan lebih lanjut.

Debt collector akan mendatangi nasabah yang bermasalah serta memberikan pengertian kepada nasabah tentang kewajiban yang belum dipenuhi. Biasanya, nasabah yang sudah menunggak lebih dari dua bulan akan didatangi oleh debt collector, dalam kunjungan ini debt collector akan berusaha mengajak nasabah untuk menyadari kewajibannya dan pentingnya memenuhi pembayaran cicilan tepat waktu. Tindakan ini dilakukan dengan tujuan agar nasabah memahami konsekuensi dari keterlambatan pembayaran dan termotivasi untuk segera melunasi kewajibannya.

Mengingatkan nasabah mengenai konsekuensi terlambat membayar kredit adalah langkah penting yang dilakukan debt collector untuk menjaga kepatuhan dan kesadaran finansial nasabah, dalam proses ini debt collector berupaya untuk memberikan informasi yang jelas dan rinci tentang dampak dari keterlambatan pembayaran, ini mencakup penjelasan mengenai denda yang akan dikenakan, potensi peningkatan suku bunga, dan dampak negatif terhadap kredit nasabah

Mengatasi nasabah bermasalah memerlukan berbagai teknik dalam menagih tagihan kredit. Pada awalnya, seleksi terhadap debt collector di PT. WFI Cabang Kota Palu memang sangat ketat, salah satunya adalah memastikan kandidat memiliki kemampuan diskusi yang sangat baik, karena dalam dunia perbankan, khususnya pembiayaan kredit, mereka harus mampu mengajak nasabah untuk memenuhi kewajiban mereka, seperti membayar tagihan kredit yang sudah lewat jatuh tempo. Kemampuan untuk membujuk dan diskusi dengan nasabah adalah kunci utama dalam memastikan pembayaran dilakukan tepat waktu, sehingga mengurangi risiko kerugian bagi perusahaan dan membantu nasabah menjaga reputasi kredit mereka

Pokok utama dalam menjadi seorang debt collector adalah kemampuan berkomunikasi. Seorang debt collector harus mampu menyampaikan pesan yang berisi ajakan atau seruan kepada nasabah yang bermasalah agar mendapatkan respons positif, salah satu cara yang digunakan oleh debt collector PT. WFI Cabang Kota Palu dalam menagih nasabah adalah dengan menyampaikan pesan yang disertai humor. Menurut para debt collector di PT. WFI Cabang Kota Palu, pesan yang disampaikan dengan humor cenderung diterima lebih baik oleh nasabah. Teknik ini membantu mengurangi ketegangan dan membuat nasabah merasa lebih nyaman, sehingga mereka lebih mungkin memberikan feedback yang konstruktif dan positif.

Kesepakatan antar nasabah adalah langkah penting untuk memastikan keterbukaan dan kesepakatan yang jelas mengenai pembayaran selanjutnya, dengan menyampaikan pesan yang berusaha menggugah emosional nasabah, debt collector memberikan kepastian dalam penawaran yang adil dan tidak diskriminatif terhadap nasabah lainnya. Debt collector berkomitmen untuk memahami dan menghargai kebutuhan serta perasaan setiap nasabah, sehingga menciptakan hubungan yang lebih kuat dan bermakna berdasarkan kepercayaan dan keadilan. Tindakan ini tidak hanya meningkatkan kepatuhan terhadap pembayaran, tetapi juga memperkuat loyalitas dan kepuasan nasabah terhadap layanan PT. WFI Cabang Kota Palu.

Selama berada di PT. WFI Cabang Kota Palu, penulis mengamati bahwa para debt collector di perusahaan tersebut umumnya memiliki sifat tegas. Sifat ini diperlukan agar nasabah yang lalai dapat segera menyadari kewajiban mereka untuk membayar cicilan kredit tepat waktu. Taktik yang digunakan oleh debt collector termasuk memberikan sedikit peringatan atau ancaman kepada nasabah yang bermasalah, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran mereka mengenai tagihan kredit yang sudah jatuh tempo. Tindakan ini dirancang untuk mendorong nasabah agar segera melunasi kewajibannya, sehingga mengurangi risiko gagal bayar dan menjaga kestabilan finansial perusahaan.

Debt collector meminta surat tugas kerja untuk melakukan penyitaan karena pernah terjadi kasus di mana motor yang belum lunas dibawa oleh nasabah dan sulit dilacak keberadaannya. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan penulis, tidak semua utang tagihan cicilan kredit motor langsung ditagih oleh debt collector. Sebaliknya, terdapat tahapan-tahapan yang harus dilalui sebelum tindakan penyitaan dilakukan. Tahapan- tahapan ini mencakup upaya komunikasi awal melalui telepon atau

surat, kunjungan lapangan untuk diskusi, dan jika semua langkah tersebut gagal, barulah tindakan penyitaan dipertimbangkan dan dilaksanakan.

Nasabah yang tidak dapat melunasi tunggakan kreditnya akan menyerahkan unit tersebut kepada PT. WFI. Penyerahan unit ini dilakukan sebagai upaya untuk menyelesaikan kewajiban finansial yang belum terpenuhi, sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian, penyerahan unit kepada PT. WFI menjadi langkah yang diambil untuk menutup tunggakan kredit yang ada. Ketika nasabah tidak mampu melunasi tunggakan kreditnya, nasabah terpaksa harus menyerahkan unit tersebut sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya. Proses penyerahan ini dilakukan sebagai langkah akhir untuk memenuhi kewajiban finansial yang belum diselesaikan, berdasarkan perjanjian yang telah disepakati antara nasabah dan pihak kreditur. Dengan demikian, penyerahan unit menjadi solusi yang diambil untuk menutup tunggakan kredit yang ada.

Debt collector berfungsi sebagai pelindung hak perusahaan atas cicilan kredit yang belum dibayarkan oleh nasabah, dalam menjalankan tugasnya debt collector akan melakukan berbagai upaya untuk membantu nasabah menyelesaikan tunggakan kredit. Namun, jika semua upaya tersebut tidak berhasil, penyitaan aset nasabah akan menjadi tindakan terakhir yang diambil. Langkah ini dilakukan untuk memastikan bahwa kewajiban finansial yang belum terpenuhi dapat diselesaikan sesuai dengan prosedur dan perjanjian yang telah disepakati bersama.

4. Pembahasan

Dideskripsikan berdasarkan 5 poin teknik komunikasi persuasif yang digunakan yaitu: *fear appeal* (menyampaikan pesan dengan menakut-nakuti), *emotional appeal* (menyampaikan pesan dengan menggugah emosional target), *reward appeal* (menyampaikan pesan dengan menawarkan janji-janji), *motivational appeal* (menyampaikan pesan dengan menumbuhkan internal psikologis target), dan *humoris appeal* (menyampaikan pesan dengan humor). Proses penagihan kepada nasabah dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif yaitu melakukan pendekatan untuk mengubah sikap. Dalam proses penagihan peneliti menganalisis bahwa *debt collector* menggunakan beberapa teknik komunikasi persuasif hal ini merupakan langkah yang dilakukan *debt collector* dalam melakukan penagihan, dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi persuasif, sebagai upaya dan perubahan sikap kepada nasabah yang bermasalah, karena tujuan utama persuasi untuk mengubah sikap, pendapat atau, perilaku audience. Berdasarkan data dan fakta yang didapatkan peneliti di lapangan mengenai teknik komunikasi persuasif *debt collector* dalam melakukan penagihan kepada nasabah yang bermasalah, akan dijelaskan satu per satu oleh peneliti sebagai berikut.

Fear Appeal, teknik ini merupakan strategi yang dilakukan oleh *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu dalam melakukan penagihan, menggunakan teknik menakut-nakuti dan memberi peringatan kepada nasabah yang sering terlambat membayar tagihan kredit, dengan memberikan peringatan bahwa unit kendaraan bisa disita sewaktu-waktu jika pembayaran tidak segera dilakukan, teknik ini bertujuan untuk mendorong nasabah agar segera membayar tagihan kreditnya. *Debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu menggunakan berbagai bentuk intimidasi untuk menekan nasabah, sehingga nasabah bersedia membayar tagihan tunggakan kredit beserta bunga keterlambatan pembayarannya. Apabila *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu merasa frustrasi dalam proses penagihan, mereka biasanya menggunakan

ancaman sebagai teknik penagihan selanjutnya. Tujuannya adalah untuk menyadarkan nasabah akan kewajibannya dalam membayar cicilan kreditnya, sehingga nasabah sadar dan bersedia menyisihkan pendapatannya untuk membayar tersebut, dalam konteks ini, *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu bertindak tegas untuk memastikan bahwa nasabah mematuhi kewajibannya sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat.

Emotional Appeal, pihak *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu menggunakan *Emotional Appeal* sebagai teknik komunikasi persuasif untuk mempengaruhi nasabah bermasalah, dalam teknik ini tim *debt collector* menggunakan pendekatan emosional yang dibangun antara komunikator dan komunikan, dengan memahami dan merespon emosi serta kebutuhan nasabah, *debt collector* berusaha menciptakan ikatan emosional yang dapat membuat nasabah merasa lebih tergerak untuk memenuhi kewajibannya. Teknik ini *debt collector* menyampaikan pesan dengan penuh empati kepada nasabah dan bijaksana mengingatkan nasabah tentang komitmen awal yang telah dibuat saat memilih PT WFI sebagai penyedia layanan mereka, hal ini dilakukan untuk memastikan nasabah merasa didukung dan dihargai, sekaligus menegaskan pentingnya memenuhi kewajiban yang telah disepakati, selain itu nasabah umumnya masih menanamkan budaya malu, mereka akan merasa malu jika hutang mereka diketahui oleh tetangga. Budaya malu digunakan oleh *debt collector* untuk mendorong nasabah memenuhi kewajibannya membayar tunggakan kredit, pesan yang disampaikan pun tidak membuat nasabah merasa tersinggung.

Reward Appeal, teknik ini merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu dalam menangani nasabah bermasalah. *Debt collector* berusaha agar nasabah memiliki itikad baik dalam menyelesaikan tagihan cicilan kreditnya, dengan menerapkan teknik ini, diharapkan kedua belah pihak, yaitu *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu dan nasabah bermasalah, dapat mencapai kesepakatan bersama terkait pembayaran cicilan kredit. *Debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu telah menghubungi nasabah, dan dalam interaksi tersebut, nasabah telah berkomitmen untuk menyelesaikan pembayaran kredit tersebut, setelah perjanjian resmi dibuat antara *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu dan nasabah, kesepakatan tersebut memberikan landasan bagi *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu untuk menegakkan penagihan kepada nasabah sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati. Teknik ini diambil untuk memastikan bahwa nasabah tidak mengabaikan kewajibannya dalam membayar cicilan kredit sehingga keteraturan pembayaran dapat dipertahankan dan risiko gagal membayar diminimalkan.

Motivational Appeal, teknik persuasi ini merupakan usaha yang dilakukan *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu dalam melakukan penagihan kepada nasabah bermasalah. Teknik ini mengandung makna bahwa yang diperjuangkan komunikator bukan kepentingan sendiri melainkan juga kepentingan komunikan bahkan kepentingan bersama. Perlu diingat bahwa setiap kali nasabah tidak membayar cicilan kredit motor tepat waktu setiap bulan, hal ini akan menyebabkan peningkatan jumlah utang. *Debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu mengingatkan bahwa penundaan pembayaran tidak hanya menambah beban utang, tetapi juga mengakibatkan denda yang bisa jauh lebih besar daripada cicilan kredit itu sendiri, oleh karena itu membayar cicilan tepat waktu adalah langkah penting untuk menghindari beban finansial tambahan yang dapat merugikan nasabah, dengan menjaga disiplin dalam pembayaran, nasabah tidak hanya melindungi diri dari denda

besar, tetapi juga memastikan bahwa mereka tetap berada pada jalur yang benar dalam memenuhi kewajiban finansial mereka.

Humoris Appeal, pokok utama dalam profesi sebagai *debt collector* adalah kemampuan berkomunikasi yang efektif. Cara seorang *debt collector* menyampaikan pesan yang berisi ajakan atau seruan kepada nasabah yang bermasalah sangat menentukan keberhasilan dalam mendapatkan tanggapan positif. Untuk mencapai tujuan ini, *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu menggunakan pendekatan yang unik dalam berkomunikasi dengan nasabah. Salah satu teknik yang mereka gunakan adalah menyampaikan pesan dengan sentuhan humor. Humor digunakan sebagai alat untuk mengurangi ketegangan dan menciptakan suasana yang lebih santai dan ramah. Menurut *debt collector* PT. WFI Cabang Kota Palu, pesan yang disertai humor cenderung diterima dengan baik oleh nasabah. Humor membantu menciptakan suasana yang lebih santai dan menyenangkan, sehingga nasabah merasa lebih nyaman dan terbuka untuk menerima pesan. Namun, dalam penyampaian pesan yang disertai humor, sangat penting untuk memastikan bahwa humor tersebut tidak mengalahkan atau mengaburkan materi utama yang ingin disampaikan. Dengan demikian, *debt collector* dapat mencapai tujuan komunikasinya, yaitu mendorong nasabah untuk memenuhi kewajibannya, tanpa mengorbankan profesionalisme dan kejelasan informasi yang diberikan.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil Laporan skripsi yang telah dilakukan peneliti tentang Penerapan Teknik-teknik Komunikasi Persuasif Debt Collector Dalam Menagih Pembayaran Kredit Bermasalah di PT. Woori Finance Cabang Kota Palu, maka penulis dapat menarik kesimpulan Pada tteknik Motivational appeal ini, debt collector PT. WFI Cabang Kota Palu berperan penting dalam mengingatkan nasabah tentang kewajiban mereka untuk membayar cicilan kredit sebelum jatuh tempo untuk menghindari beban finansial tambahan yang dapat merugikan nasabah. Humoris appeal menyampaikan pesan yang berisi seruan kepada nasabah yang bermasalah agar nasabah tidak merasa tertekan, humor sebaiknya digunakan sebagai alat bantu, bukan sebagai fokus utama, agar pesan yang ingin disampaikan tetap jelas. Reward appeal salah satu teknik yang digunakan oleh debt collector menggunakan teknik ini dengan menawarkan penjadwalan ulang kepada nasabah, kemudian membuat kesepakatan bersama sebagai tindakan penagihan selanjutnya. Emotional appeal digunakan tim debt collector PT. Woori Finance Cabang Kota Palu dengan memahami dan merespon emosi serta kebutuhan nasabah, debt collector berusaha menciptakan ikatan emosional, debt collector menyampaikan pesan dengan penuh empati kepada nasabah, mengingatkan nasabah tentang komitmen awal yang telah dibuat saat memilih PT WFI sebagai penyedia layanan, dan budaya malu yang dimiliki nasabah digunakan untuk mendorong nasabah memenuhi kewajibannya membayar tunggakan kredit. Teknik komunikasi fear appeal digunakan debt collector PT. Woori Finance Indonesia Cabang Kota Palu dalam menagih kepada nasabah akibat adanya tunggakan kredit memang terkesan kasar dengan tindakan menakut-nakuti dan memberikan peringatan kepada nasabah, kebanyakan dengan cara tersebut terbukti berhasil, teknik ini digunakan akibat tidak adanya itikad baik dari nasabah dalam menyelesaikan tunggakan kreditnya.

Referensi

- Cangara Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup
- Hariyani, Iswi. 2010. *Restrukturisasi Dan Penghapusan Kredit Macet, Kenapa Perbankan Memanjakan Debitur Besar Sedangkan Usaha/Debitur Kecil Dipaksa*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan : dari teori menuju aplikasi. Edisi pertama, cetakan ke-2*. Jakarta : Kencana Perdana Group.
- Munir Fuady. 2008. *Perbuatan Melawan Hukum : Pendekatan Kontemporer*. Jakarta PT. citra Bakti.
- Roudhonah. 2019. *Ilmu Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Soemirat, Soleh, dkk. 2017. *Komunikasi Persuasif*. Jakarta : Universitas Terbuka